

**CONCEPTEUR GRAPHIQUE – RNCP 34246**  
**REFERENTIELS D'ACTIVITES, DE COMPETENCES ET D'EVALUATION**  
**MJM GRAPHIC DESIGN**

Article L6113-1 [En savoir plus sur cet article...](#) Créé par [LOI n°2018-771 du 5 septembre 2018 - art. 31 \(V\)](#)

« Les certifications professionnelles enregistrées au répertoire national des certifications professionnelles permettent une validation des compétences et des connaissances acquises nécessaires à l'exercice d'activités professionnelles. Elles sont définies notamment par un **référentiel d'activités** qui décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés, un **référentiel de compétences** qui identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui en découlent et un **référentiel d'évaluation** qui définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis. »

REFERENTIEL D'ACTIVITES <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	REFERENTIEL DE COMPETENCES <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	REFERENTIEL D'EVALUATION <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		MODALITÉS D'ÉVALUATION	CRITÈRES D'ÉVALUATION
<b>Bloc de compétences 1 : Analyse des besoins du commanditaire et avant-projet client</b>			
<b>1 Analyse des besoins du commanditaire et avant-projet client</b>  -réception et étude du brief client  -définition d'une stratégie de communication  -définition de la direction artistique et de la conception projet -réalisation du devis  -élaboration du dossier de présentation et de l'argumentaire (avant-projet)	<b>Analyser les besoins du commanditaire afin de définir une stratégie de communication en tenant compte des spécificités liées à son entreprise et en utilisant les techniques de marketing, d'analyse et de gestion (benchmarking).</b>	<b>Mise en situation professionnelle reconstituée sur un projet personnel ou à partir de données réelles d'une entreprise :</b>  -rédaction d'un dossier professionnel comprenant toutes les étapes du projet (de l'étude à la direction artistique)  -soutenance orale devant des professionnels durant l'année (contrôle continu)  -soutenance orale devant un jury de professionnels (examen de fin d'études)	<b>Qualité de l'analyse des besoins du commanditaire et de l'avant-projet</b>  -les besoins du client sont correctement identifiés  -le plan de travail est clair et exhaustif et correspond au brief du client  -les solutions proposées sont conformes à la stratégie présentée  -la sélection des supports est correcte : print, numérique, objets de communication, scénographie, PLV, signalétique
	-analyser la concurrence et la cible, en mettant en évidence les signes marketing, publicitaires et multimédias de l'entreprise (analyse sémiologique, SWOT- méthode d'analyse qui tient compte de la force, de la faiblesse de l'opportunité et des menaces) afin de proposer une analyse marketing complète.  -élaborer une stratégie de création et définir la direction artistique du projet dans le but d'optimiser la communication.		

	- Préparer un argumentaire afin de proposer au client la réponse la plus adaptée à ses besoins.		-le devis respecte les différentes contraintes (humaines et techniques) et des contraintes (budget, délais, cible).
<b>REFERENTIEL D'ACTIVITES</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>REFERENTIEL D'EVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<b>Bloc de compétences 2 : Conception graphique du projet</b>			
<b>2 Conception graphique du projet</b>	<b>Concevoir le projet graphique dans le but de présenter une solution adaptée au client.</b>	<b>Mise en situation professionnelle reconstituée sur un projet personnel ou à partir de données réelles d'une entreprise :</b>	-pertinence du projet par rapport aux attentes du client
-création et déclinaison de l'identité visuelle	-créer la communication visuelle du projet en s'appuyant sur l'analyse des besoins et des supports afin de présenter un dossier complet.	-rédaction d'un dossier professionnel comprenant toutes les étapes du projet (de la création à la présentation client)	-le contenu et la mise en page du dossier de présentation correspondent au cahier des charges
-sélection des supports	-réaliser les maquettes qui viendront compléter le dossier de présentation.	-soutenance orale devant des professionnels durant l'année (contrôle continu)	- le choix des supports permet la déclinaison de l'identité visuelle de façon cohérente et efficace au regard des objectifs marketing du client
-rédaction du dossier de présentation client et de l'argumentaire	-finaliser l'argumentaire afin de se préparer à la présentation orale.	-soutenance orale devant un jury de professionnels (examen de fin d'études)	- les épreuves et maquettes laissent apparaître une maîtrise de la représentation nécessaire et suffisante à la conduite du projet
-réalisation des maquettes			
-présentation client			

			- la présentation orale montre que les objectifs de communication initiaux ont été respectés
<b>REFERENTIEL D'ACTIVITES</b> <i>décrit les situations de travail et les activités exercées, les métiers ou emplois visés</i>	<b>REFERENTIEL DE COMPETENCES</b> <i>identifie les compétences et les connaissances, y compris transversales, qui découlent du référentiel d'activités</i>	<b>REFERENTIEL D'EVALUATION</b> <i>définit les critères et les modalités d'évaluation des acquis</i>	
		<b>MODALITÉS D'ÉVALUATION</b>	<b>CRITÈRES D'ÉVALUATION</b>
<b>Bloc de compétences 3 : Supervision de l'exécution et de la mise en place des supports</b>			
<b>3. Supervision de l'exécution et de la mise en place des supports</b>  -constitution de l'équipe et choix des sous-traitants  -debriefing avec l'équipe, les sous-traitants et le commanditaire et planification des étapes de réalisation  -pilotage de l'équipe et suivi des sous-traitants  -suivi de la fabrication et vérification de la conformité des supports	<b>Superviser le processus complet de réalisation du projet graphique afin de mettre en place la communication proposée, validée par le client</b>  -constituer une équipe et sélectionner les sous-traitants qui interviendront en fonction des techniques de production définies.	<b>Mise en situation professionnelle reconstituée sur un projet personnel ou à partir de données réelles d'une entreprise :</b>  -rédaction d'un dossier professionnel comprenant toutes les étapes du projet (de la constitution des équipes à la validation de la réalisation)  -soutenance orale devant des professionnels durant l'année (contrôle continu)  -soutenance orale devant un jury de professionnels (examen de fin d'études)	-les différents intervenants (équipe et sous-traitants) sont bien identifiés  -le planning prévu permet une exécution cohérente et fluide des travaux respectant le « triangle projet » : budget, délai et périmètre défini initialement
	- établir un planning et coordonner le travail des différents acteurs de la chaîne (graphistes, photographes, webdesigner, service marketing, media planning, commerciaux, imprimeurs, poseur...) afin de respecter les délais.  -contrôler la conformité des épreuves afin qu'il n'y ait pas d'erreur lors de l'exécution.  -suivre la livraison et l'implantation des différents supports.		- l'exécution des supports respecte les épreuves initiales - le résultat final (livrables) est en phase avec ce qui a été mis en œuvre pour répondre aux objectifs.  - les éléments du cahier des charges, de l'analyse sémiologique et de la charte graphique se retrouvent dans les réalisations finales.

	-valider la mise en place finale des différents supports dans le but de s'assurer de leur conformité au cahier des charges.		